OUTIL PERFORMANCE RESEAU

MODE D'EMPLOI

SOMMAIRE

Partie I	Se connecter	Page 2
Partie II	Choisir l'outil « Performance Réseau »	Page 4
Partie III	Accéder au menu et choisir la bonne rubrique	Page 5
Partie IV	Choisir, saisir et consulter une fiche	Page 6
Partie V	Saisir, actualiser une fiche	Page 8
Partie VI	Exploiter les tableaux de bord	Page 13

Partie I : Se connecter

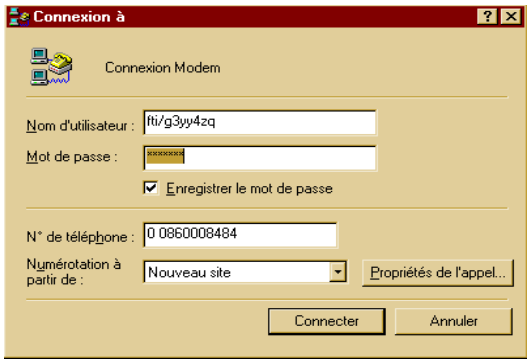
CREER UNE CONNEXION MODEM

- En local : connexion au serveur
- En extérieur :
    1. J'initialise mon **MODEM**
    2. Je me connecte à **Internet**
    3. Je tape l'adresse **: http://www.devanlay.fr**
    4. J'accède au portail **DEVANLAY**
    5. Je clique sur la rubrique **« Membre »**
    6. **Je m'identifie tapant mon nom et mon code utilisateur**

1

AVEC « 0 » : à l'hôtel

SANS « 0 » à la maison

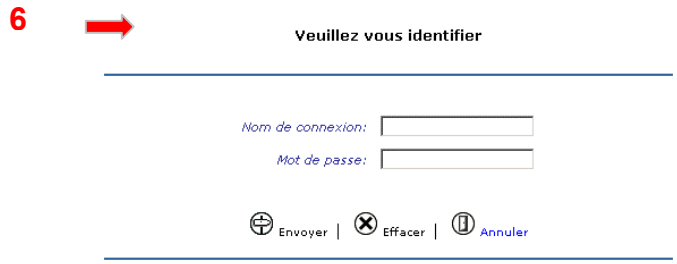


2

NAVIGUER SUR INTERNET

- La consultation du site DEVANLAY peut comme tout site se réaliser grâce à la barre de navigation

3



CONTACT

- En cas de problème de connexion ou d'accès au site
- Si vous désirez modifier votre mot de passe

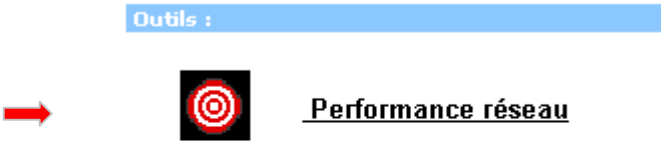
Votre contact : Sylvie Tanrey
DSI TROYES
03 25 71 72 00

IMPRESSION

- Les formats d'impression ne sont pas prédéfinis dans l'outil
- Pour imprimer une feuille il est préferrable de définir par défaut la zone d'impression en format paysage : **Fichier / Mise en page / Format / Paysage**
- **Pour imprimer une rubrique spécifique, par exemple la fiche identité d'un point de vente :**
  - **positionner la souris dans cette zone**
  - **cliquer sur le bouton imprimer**

Partie II : Choisir l'outil « Performance Réseau »

- J'arrive sur la page d'accueil
- Je clique sur le menu « Performance Réseau »



CONFIDENTIALITE

- Comme indiqué sur l'écran, les données qui sont disponibles sont la propriété de Montaigne Diffusion et strictement confidentielles.
- Les procédures de sécurité définies
    1. Identification à l'impression de l'utilisateur connecté
    2. Traçabilité des connexions sur le serveur

ATTENTION !! - Microsoft Internet Explorer
ATTENTION !
Les informations qui vont suivre sont strictement confidentielles.
Elles sont la propriété de Montaigne Diffusion et ne doivent pas être communiquées à des personnes physiques ou morales à l'extérieur de la Société.
Fermer

Partie III : Accéder au menu et choisir la bonne rubrique

4 RUBRIQUES A DISPOSTION

- La rubrique **« infos diverses »** met à disposition des informations ponctuelles concernant l'activité commerciale et le développement de l'outil performance réseau.
- La rubrique **gestion des fiches** permet d'accéder aux fiches points de vente et zones de chalandise, y compris les zones de chalandise à identifier par la direction commerciale pour construire une part de marché de référence dans chacune des familles de zone.
- La rubrique **catalogue** présente des états génériques et en particulier le classement des zones de chalandise par famille de population et à terme des fiches « bonnes pratiques »
- La rubrique **Pilotage** est composée des tableaux de bords qui synthétisent et analysent les informations contenues dans les fiches Points de vente et Zones de chalandise.

EXEMPLES POUR BIEN CLIQUER

Je suis	Je veux	Je choisis	Le bon clic
Utilisateur	Me remettre en mémoire la signification d'un terme	Catalogue	Glossaire
Représentant	Saisir une fiche point de vente	Gestion des fiches	Points de vente
Représentant	Consulter une fiche zone de chalandise	Gestion des fiches	Zones de chalandise
Représentant	Voir toutes les zones inclues dans une famille de zones	Catalogue	Zones de chalandise
Représentant	Imprimer la fiche merchandising pour un de mes multimarques	Catalogue	Fiche merchandising
Représentant	Avoir une vision globale de mes plans d'actions sur mon secteur	Pilotage	Plan d'actions zone
Chef des ventes	Actualiser et choisir les zones qui composent les références une famille zone de chalandise	Gestion des fiches	Famille ZC (zones références)
Chef des ventes	Analyser la structure de distribution à 3 ans de ma région	Pilotage	CA et Distribution
Marketing opérationnel	Disposer de la ventilation de CA par famille de produit sur un secteur	Pilotage	Genre et Famille de produit
Responsable Canal	Connaître le nombre de points de vente pour un catégorie et le CA associé en France	Pilotage	Plan d'actions zone

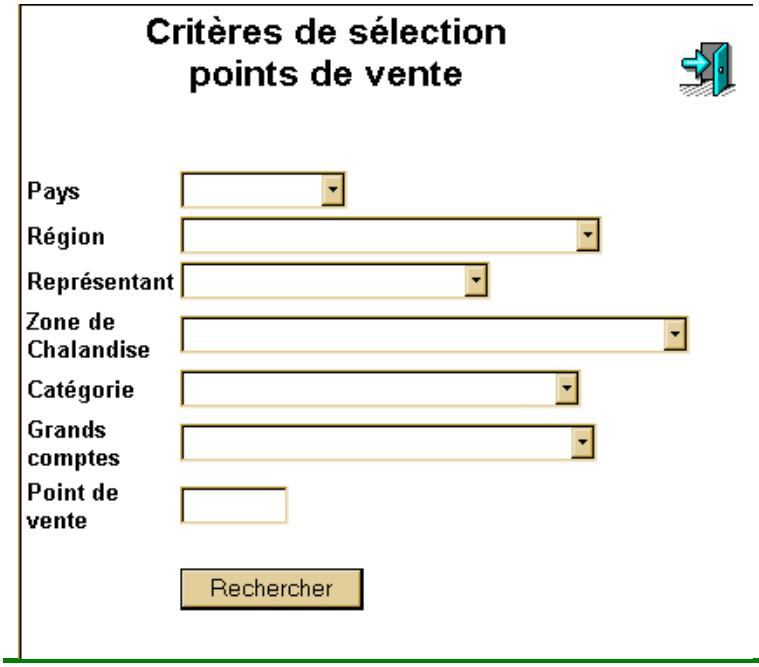
Partie IV : Choisir, saisir, consulter une fiche

ACCEDER AUX FICHES

- Je clique sur la fiche de mon choix et j'arrive sur une feuille de critères de sélection. J'ai 2 possibilités :
  1. Je connais mon code client ou le nom de ma zone et je saisis directement le libellé
  2. Je choisis mes critères de sélection pour faciliter ma recherche.
- Je lance la recherche en appuyant sur le bouton rechercher
- Sur la partie droite de mon écran, je peux visualiser tous les résultats de ma recherche
- Je sélectionne le point de vente ou la zone de chalandise de mon choix

FICHE POINT DE VENTE

Je sélectionne	J'obtiens
La région Le nom du représentant Le nom de la zone de chalandise La catégorie du point de vente Le numéro ou le numéro de département du point de vente	La liste des points de vente qui correspond aux critères avec • le code client • le nom du point de vente • La ville Je clique sur le code client souhaité



FICHE ZONE DE CHALANDISE

Je sélectionne	J'obtiens
La région Le nom du représentant Le numéro de la zone	La liste des zones de chalandise qui correspond aux critères avec • le code de la zone • le nom de la zone Je clique sur le code de la zone souhaitée

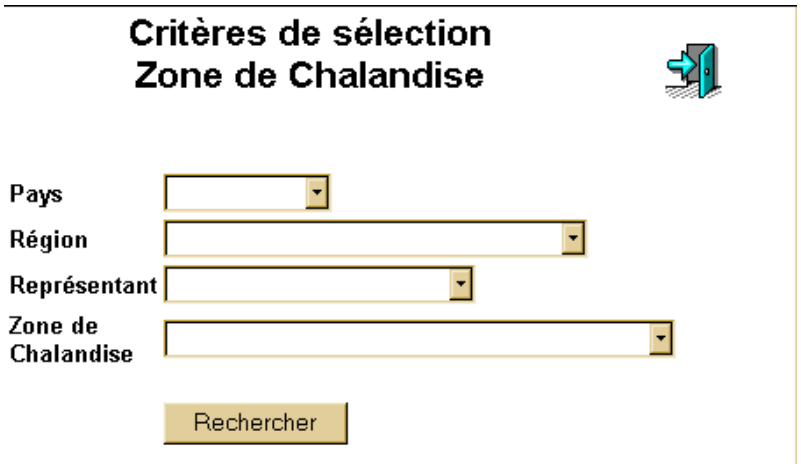
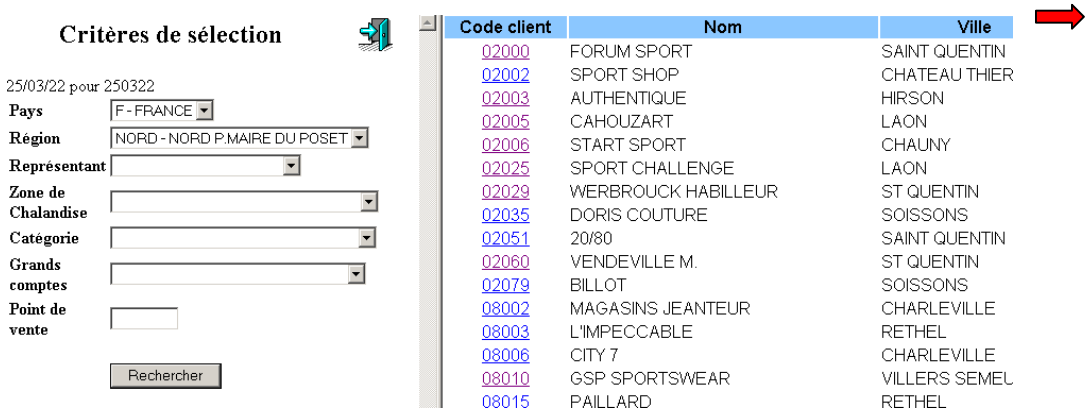
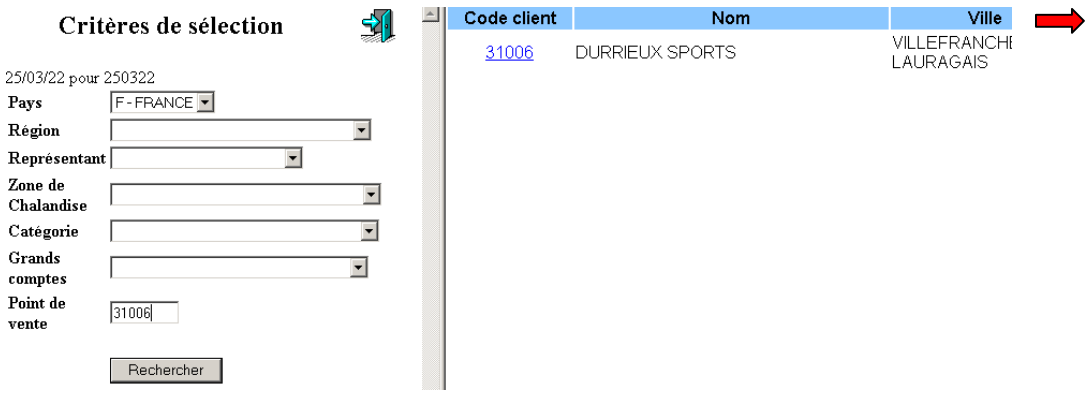


ILLUSTRATION DE SELECTION

Sélection des points de vente du représentant classés par ordre croissant de code client



Sélection de tous les points de vente d'une région



Identification directe du client avec son code

Partie V : Saisir, actualiser une fiche

FICHE POINT DE VENTE

- **La structure de la fiche point de vente**

Pour faciliter l'analyse d'un point de vente, la fiche est structurée en 4 rubriques :

1. La carte d'identité client
2. L'activité
3. La sélectivité du point de vente
4. Les plans d'actions à 3 ans

- **Les éléments à saisir par les responsables de comptes clients pour chacune des rubriques**

La carte d'identité

a. Date de fermeture éventuelle prévue

L'activité

b. CA écoulement en K€ pour l'année en cours et les 2 années suivantes
c. Volume écoulement en nombre de pièces pour l'année en cours et les 2 années suivantes

La sélectivité du point de vente

d. Notation des 6 critères de sélectivité
e. Notation de l'appréciation globale du point de vente
f. CA global en K€ du point de vente
g. CA Sportswear en K€ du point de vente
h. Surface globale du point de vente en m2
i. Surface Lacoste dans le point de vente en m2
j. Note de la fiche de critère de sélectivité attribuée lors de l'actualisation du contrat
k. La nature du segment marketing et date prévue de la formation merchandising (septembre)
l. Les projets urbains éventuels (zone de commentaires)
m. Les autres marques structurantes du point de vente en matière textile (Liste disponible)

Les plans d'action à 3 ans

n. La réalisation ou non des plans d'action définis antérieurement (historiques)
o. Les plans d'actions à mener dans le point de vente pour à 3 ans (liste disponible)
p. Les notes de sélectivité pour définir la vitesse de réalisation des plans d'actions

- **Que faire après la saisie d'une fiche ? :**
  - **APPUYER SUR LE BOUTON ENREGISTRER !**
  - **Sélectionner une autre fiche zone de chalandise**
  - **Consulter la fiche de l'année précédente**
  - **Retourner au sommaire pour faire autre chose**

Je veux	Le bon clic
Me remettre en mémoire la signification d'un terme	Glossaire
Analyser la structure de distribution à 3 ans de ma région	CA et Distribution
Disposer de la ventilation de CA par famille de produit sur un secteur	Genre et Famille de produits
Connaître le nombre de points de vente pour une catégorie et le CA associé en France	Plan d'actions zone

EXEMPLE FICHE POINT DE VENTE

Rubrique 1

Carte d'identité client

Nom	FRANCK SPORTS 2
Code	53039
Adresse	53000 NK
	LAVAL
Représentant	17
Eché.contrat	
Date ouvert.	01/06/1976
Ferm.prévue	
Catégorie	COS
Zone Chaland.	53130
Région	NORD
Invest.Cial	-
Tx livraison	-
Tx Service	-

Rubrique 2

Analyse de l'activité

	CA Ecoulement					
CA réalisé	2000	2001	Projection	2002	2003	2004
CA en K€		2	CA en K€	0.0	0.0	0.0
% TGV, Rea		4	Progr.CA %	-100.00	0.00	0.00
Volume		4	Volume	0	0	0
Marge MD (%)		7				

Analyse par genre (%CA)		
Homme	89.22	81.47
Femme	3.75	8.48
Enfant	1.99	4.11
Unisex	5.04	5.94

Carnet de commande 2002 (nb)			
	Object.	Réalisé	Ecart
Print / Eté	2,255	1,979	-276
Aut / Hiver	1,946	1,800	-146
Total	4,201	3,779	-422

Rubrique 3

Sélectivité Point de Vente

	0	1	2	3
Capacité à évoluer	●	○	○	○
Qualité de l'emplacement	●	○	○	○
Merchandising	●	○	○	○
Qualité du mobilier utilisé	●	○	○	○
Niveau équipe revente	●	○	○	○
Connaissance pdt Lacoste	●	○	○	○
Appreciation globale PV	●	○	○	○

CA global PV	0.0	PdM Lacoste : CA global	0.00
CA Sportwear	0.0	PdM Lacoste Sportwear	0.00
Surface globale	0	CA / m2 global	0.0
Surface Lacoste	0	CA / m2 Lacoste	0.0
Note fiche de sélectivité	0		
Date formation équipe merch.			

Segment Marketing

Projets Urbain

Autres marques dans le PV

La sélectivité des points de vente reposent sur 6 critères qui sont caractérisés du très mauvais au très bon. Pour accéder à cette caractérisation, il suffit de cliquer sur les ampoules correspondantes.

Exemple pour la rubrique Merchandising

Détail des valeurs de la sélectivité

Merchandising : lisibilité de l'offre	
Trés mauvais	Présentation désordonnée : produit mal rangés, marques mélangées. PLV inexistante, vitrine de taille insuffisante.
Plutôt mauvais	Produits rangés sans effort de présentation. Vitrine de taille suffisante mais mise en scène limitée
Plutôt bon	Identification possible de la marque dans le point de vente, PLV satisfaisante. Vitrine rangée et valorisante.
Très bon	Présentation en silhouette complète et cohérente avec la collection. Visualisation immédiate de l¿univers de la marque .

Fermer

Rubrique 4

Plan d'actions à 3 ans

Type distribution	Bilan 2001 P	Bilan 2001 O	Bilan 2001 N	2002	2003	2004	Commentaires
Trouver un nouveau partenaire		○	○	☐	☐	☐	
Trouver un nouvel emplacement		○	○	☐	☐	☐	
Agrandir le point de vente		○	○	☐	☐	☐	
Mutation du point de vente - sélectivité		○	○	☐	☐	☐	
Fermer le point de vente		○	○	☐	☐	☐	
Autres (zones libres)		○	○	☐	☐	☐	
Sélectivité							
Rénover le point de vente		○	○	☐	☐	☐	
Actualiser le mobilier Lacoste		○	○	☐	☐	☐	
Augmenter la surface Lacoste		○	Ok - réalisé	☐	☐	☐	
Actions merchandising		○	○	☐	☐	☐	
Former les équipes à la marque		○	○	☐	☐	☐	
Former les équipes au produit		○	○	☐	☐	☐	
Autres (zones libres)		○	○	☐	☐	☐	

Sélectivité du point de vente	Très mauvais	Plutôt mauvais	Plutôt bon	Très bon
2001				
Aujourd'hui				
2002	○	○	○	○
2003	○	○	○	○
2004	○	○	○	○

FICHE ZONE DE CHALANDISE

- **La structure de la fiche zone de chalandise**

Pour faciliter l'analyse d'une fiche zone de chalandise, la fiche est structurée en 4 rubriques identiques à la fiche point de vente :

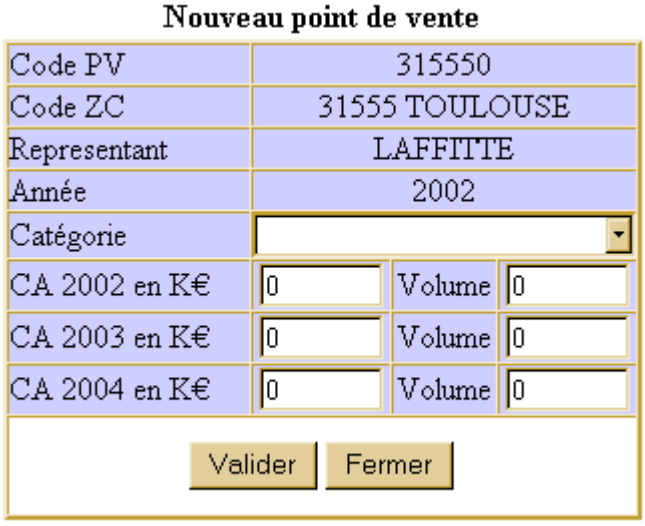
1. La carte d'identité client
2. L'activité
3. CA et distribution
4. Les plans d'actions à 3 ans

- **Les éléments à saisir par les responsables de comptes clients pour chacune des rubriques**

CA et Distribution : créer un point de vente

- Cliquer sur la touche dédiée intitulée « créer un point de vente »
- Choisir sa catégorie
- Définir le CA et le volume sur les années souhaitées
- Valider
- La fenêtre se referme et je clique sur le bouton « actualiser la fiche »
- Mon nouveau point de vente et sa contribution en terme de CA sont intégrés dans le tableau de bord intitulé **CA et Distribution**.

- **Que faire après avoir saisi une fiche zone de chalandise ? :**
  - **Sélectionner une autre fiche zone de chalandise**
  - **Accéder en cliquant sur le code client correspondant à la fiche point de vente correspondante**
  - **Consulter la fiche de l'année précédente**
  - **Retourner au sommaire pour faire autre chose**



EXEMPLE

Rubrique 1

Rubrique 2

Fiche zone de chalandise

Sélection | Sommaire | Glossaire | Imprimer

Carte d'identité

Code de la zone	31555
Nom de la zone	TOULOUSE
Représentant	LAFFITTE
Famille ZC	1 M < population < 2 M
Référent	NON
Nb de communes	443
Population 2000	1,015,466
Potentiel en K€	158,529
Région	SUD
Nb de PV	13
PDM zone	% CA/Pot
PDM référence	% CA/Pot
Ecart	
Pénétration ZC	Pieces/KHab
Pénétration Réf	Pieces/KHab
Ecart	

Analyse de l'activité

Par genre (%CA)	2001	Référence	PO2002
Homme	84.07	83.08	79.92
Femme	6.61	8.10	10.37
Enfant	3.94	3.32	3.88
Unisex	5.38	5.50	5.83

Carnet Cdes 2002 (nb)	Objectif	Réalisé	Ecart
Printemps / Eté			
Automne / Hiver			
TOTAL			

Nouveau point de vente — Créer

Données de la fiche — Actualiser

CA (en K€) & Distribution

Catégorie PV	Points de Vente	CA 2000	CA 2001	Ecart en %	CA 2002	Ecart en %	CA 2003	Ecart en %	CA 2004	Ecart en %
FRANCHISES	31026	113.8	115.3	1.3	0.0	-100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
FRANCHISES	31077	80.7	82.9	2.7	0.0	-100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
s/total FRANCHISE FR	2	194.5	198.1	1.9	0.0	-100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
GRANDS MAGASINS	31054	14.3	13.7	-4.7	0.0	-100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
GRANDS MAGASINS	31173	44.4	31.9	-28.2	0.0	-100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
s/total GRANDS MAGASINS FR	2	58.7	45.5	-22.5	0.0	-100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
MAGASINS HABILLEMENT	31000	7.3	4.5	-38.1	0.0	-100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
MAGASINS HABILLEMENT	31030	2.2	3.2	47.5	0.0	-100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
MAGASINS HABILLEMENT	31251	2.8	2.4	-13.3	0.0	-100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
s/total MAG. HABILLEMENT FR	3	12.3	10.2	-17.2	0.0	-100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
CORNERS SPORTS	31141	16.9	12.9	-23.4	0.0	-100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
MAGASINS SPORT	31002	2.8	2.7	-5.4	0.0	-100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
MAGASINS SPORT	31006	2.2	2.3	3.7	0.0	-100.0	0.0	0.0	0.0	0.0

Rubrique 3et 4

Plan d'actions à 3 ans

		Bilan 2001			2002	2003	2004
		Prévu	OK	Non OK			
CORNERS SPORTS	Trouver un nouveau partenaire						
	Trouver un nouvel emplacement						
	Agrandir le point de vente						
	Mutation du point de vente - sélectivité						
	Fermer le point de vente						
	Autres (zones libres)						
	Ouvrir un nouveau point de vente						
FRANCHISES	Trouver un nouveau partenaire						
	Trouver un nouvel emplacement						
	Agrandir le point de vente						
	Mutation du point de vente - sélectivité						
	Fermer le point de vente						

Récapitulatif Sélectivité

Sélectivité pts vte de la zone	Très mauvais	Plutot mauvais	Plutot Bon	Très bon
2001	0	0	0	0
Aujourd'hui	0	0	0	0
2002	0	0	0	0
2003	0	0	0	0
2004	0	0	0	0

Partie VI : Exploiter les tableaux de bord

1. Dans le sommaire, choisir le tableau recherché
   Pour chacun des tableaux, des critères de sélection permettent de définir le niveau de détail de l'analyse avec comme maillage possible:

   France > Région > Secteur > Zone de chalandise > Point de vente
   Le même maillage est possible pour les comptes de regroupement dits Grands comptes

2. Cliquer sur « rechercher » pour activer la recherche
3. Le tableau apparaît. S'il ne convient pas, on peut modifier à tout moment la recherche.